

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini didapatkan 150 data dari 150 responden yang berasal dari mahasiswa tiga universitas Islam di Yogyakarta yaitu UIN Sunan Kalijaga, UII, dan UMY. Ketiga kampus ini memiliki mayoritas mahasiswa beragama Islam, dari 150 responden sebanyak 52 responden berjenis kelamin laki-laki, dan sebanyak 98 responden berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.1.

Responden Berdasar Jenis Kelamin

Kategori	Frekuensi	Prosentase (%)
Laki-Laki	52	34,7
Perempuan	98	65,3
Total	150	100

Sumber : Pengolahan Data Primer 2018

Dapat kita ketahui pula bahwa sebagian besar responden memiliki umur antara 20-25 tahun yaitu sebanyak 108 orang, sementara responden yang berumur antara 15-20 tahun sebanyak 41 orang, sisanya memiliki umur 25-30 tahun. Persebaran umur responden yang paling banyak berada pada kisaran umur 20-25 tahun. Hal ini dikarenakan Responden yang diambil merupakan mahasiswa S1 yang memiliki rata-rata umur 20-25 tahun

Tabel 4.2.
Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Prosentase (%)
15-20 Tahun	41	27,3
20-25 Tahun	108	72
25-30 Tahun	1	0,7

Sumber : Pengolahan Data Primer 2018

Rata-rata dari responden mengetahui produk-produk dari bank syariah yaitu sebesar 97,3% sementara responden yang belum mengetahui produk-produk bank syariah hanya sebesar 2,7%. Hal ini dimungkinkan karena sebagian besar responden yang berasal dari universitas Islam sehingga responden sudah mengetahui sebagian atau seluruh produk dari bank syariah.

Tabel 4.3.
Pengetahuan Responden Terhadap Produk Bank Syariah

Mengetahui Produk Bank Syariah	Frekuensi	Prosentase (%)
Ya	146	97,3
Tidak	4	2,7

Sumber : Pengolahan Data Primer 2018

Selain itu dari data yang terkumpul diketahui pula bahwa sebanyak 92,7% responden peduli dengan produk bank syariah dan 7,3% lainnya acuh dengan produk bank syariah. Sebagian besar responden peduli dengan produk bank

syariah, hal ini dikarenakan responden merupakan seorang muslim yang pada dasarnya seorang muslim harus menjauhi riba.

Tabel 4.4.

Kepedulian Responden Terhadap Produk Bank Syariah

Peduli Terhadap Produk Bank Syariah	Frekuensi	Prosentase (%)
Ya	139	92,7
Tidak	11	7,3

Sumber : Pengolahan Data Primer 2018

Bisa peneliti simpulkan bahwa sebagian besar dari responden yang berasal dari universitas Islam di Yogyakarta ini sudah familiar dengan bank syariah, dan bukan sesuatu yang baru. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis klasik dan analisis regresi dengan variabel intervening.

4.1 Analisis Deskriptif Variabel

Untuk menerjemahkan hasil penelitian dari kuisioner yang sudah di isi oleh responden, maka dilakukan analisi deskriptif berdasarkan nilai rata-rata disetiap variabel yang dimana,

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Sehingga dapat dikelompokkan sebagai berikut :

1,00-1,80 = Sangat Tidak Setuju

1,81-2,60 = Tidak Setuju

2,61-3,40 = Cukup Setuju

3,41-4,20 = Setuju

4,21-5,00 = Sangat Setuju

4.1.1 Religiusitas

Tabel 4.5.
Deskripsi Religiusitas

No	Pernyataan	Mean	Kriteria
1	Saya yakin tiada Tuhan selain Allah SWT dan Muhammad SAW adalah Rasulullah	4,93	Sangat Setuju
2	Saya yakin akan adanya hari akhir dimana manusia akan diadili sesuai dengan apa yang telah dilakukan selama hidup di bumi	4,92	Sangat Setuju
3	Saya yakin bahwa Al Qur'an merupakan kalimat Allah SWT dan kalimat-Nya ialah benar	4,93	Sangat Setuju
4	Saya yakin bahwa Hadits merupakan sabda Rasulullah Muhammad SAW dan saya harus menjalankan sunnahnya dalam kehidupan	4,87	Sangat Setuju
5	Saya selalu berdoa	4,62	Sangat Setuju

6	Saya selalu sholat lima waktu	4,58	Sangat Setuju
7	Saya selalu membaca Al Qur'an	4,01	Setuju
8	Saya memahami pengetahuan mendasar dan hal yang penting tentang agama saya	4,32	Sangat Setuju
9	Saya selalu menjaga diri dari mendapatkan sesuatu dengan cara yang haram	4,3`	Sangat Setuju
10	Saya selalu mencoba mengikuti ajaran Islam disetiap bagian kehidupan	4,46	Sangat Setuju
11	Saya merasa diberi hukuman oleh Allah ketika melakukan sesuatu perbuatan dosa	4,39	Sangat Setuju
12	Saya merasa bahagia melihat orang lain mengikuti ajaran Islam	4,66	Sangat Setuju
13	Menurut saya agama merupakan sesuatu yang penting karena agama merupakan jawaban dari seluruh pertanyaan tentang makna kehidupan	4,69	Sangat Setuju
14	Saya mencoba menjauhi kegiatan yang dapat menyakiti orang lain	4,44	Sangat Setuju
15	Saya selalu menjauhi perbuatan yang bertujuan menghina orang lain	4,36	Sangat Setuju
Rata-rata		4,57	Sangat Setuju

Sumber : Pengolahan Data Primer 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata tingkat religiusitas dari responden memiliki nilai 4,57 yaitu Sangat Setuju dalam indikator kuisisioner atau dapat peneliti katakan rata-rata religiusitas dari responden adalah sangat baik. Dengan nilai tertinggi sebesar 4,93 yaitu ada pada pernyataan keyakinan terhadap Allah SWT sebagai satu-satunya tuhan dan Muhammad adalah Rasulullah dan pernyataan terkait dengan keyakinan terhadap Al-Qu'an yang merupakan kalimat-kalimat dari Allah SWT. Sementara nilai terendah ada pada pernyataan "saya selalu membaca Al-Qur'an" yang hanya mendapatkan nilai sebesar 4,01 atau setuju. Sehingga dapat peneliti simpulkan bahwa sebagian besar responden sangat yakin dengan Allah sebagai Tuhan yang maha Esa, Muhammad Sebagai Rasulullah, dan kebenaran Al-Qur'an sebagai kalimat dari Allah sesuai dengan kriteria rukun Iman yang di percaya oleh umat muslim. Namun dari tabel diatas dapat diketahui pula bahwa sebagian dari responden jarang membaca Al-Qur'an.

4.1.2 Sikap

Tabel 4.6.

Deskripsi Sikap

No	Pernyataan	Mean	Kriteria
1	Bank syariah beroperasi dengan prinsip-prinsip syariah	3,81	Setuju
2	Bank syariah mengikuti prinsip bebas bunga	3,77	Setuju
3	Bank syariah mengikuti prinsip pembagian untung rugi	4	Setuju

Rata-rata	3,86	Setuju
-----------	------	--------

Sumber : Pengolahan Data Primer 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat kita simpulkan bahwa rata-rata sikap dari responden adalah “setuju” dengan nilai 3,86 atau dapat peneliti simpulkan bahwa sikap responden adalah baik. Nilai tertinggi dari komponen diatas adalah pernyataan “bank syariah mengikuti prinsip pembagian untung rugi” yaitu dengan nilai 4. Sementara yang terendah adalah pernyataan “Bank syariah mengikuti prinsip bebas bunga” dengan nilai sebesar 3,77. Dari tabel diatas dapat disimpulkan juga bahwa sebagian responden masih belum yakin terhadap bank syariah yang menggunakan prinsip bebas bunga. Namun responden yakin bahwa sistim yang diterapkan oleh bank syariah sudah sesuai dengan sistim pembagian untung dan rugi.

4.1.3 Minat

Tabel 4.7.
Deskripsi Minat

No	Pernyataan	Mean	Kriteria
1	Saya ingin mengetahui lebih lanjut tentang produk bank syariah	4,26	Sangat Setuju
2	Saya tertarik untuk menggunakan produk bank syariah dan layanannya	4,16	Setuju
3	Saya tertarik untuk menggunakan produk bank syariah dan layanannya di	4,28	Sangat Setuju

	masa yang akan datang		
4	Saya pasti akan merekomendasikan produk bank syariah kepada orang lain	4,19	Setuju
Rata-rata		4,22	Sangat Setuju

Sumber : Pengolahan Data Primer 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata minat dari responden terhadap produk bank syariah adalah “Sangat Setuju” atau dengan kata lain adalah sangat baik dengan nilai 4,22. Pernyataan dengan nilai tertinggi adalah pernyataan “Saya tertarik untuk menggunakan produk bank syariah dan layanannya di masa yang akan datang” yaitu dengan nilai 4,28. Dan yang terendah adalah pernyataan “Saya tertarik untuk menggunakan produk bank syariah dan layanannya” dengan nilai 4,16. Berdasarkan tabel diatas juga dapat ditarik kesimpulan bahwa rata-rata responden berminat untuk menggunakan produk bank syariah dan layanannya di masa yang akan datang, namun minat menggunakan produk bank syariah untuk masa sekarang agak lebih kurang dibandingkan menggunakannya dimasa yang akan datang. Hal ini mungkin saja terjadi jika kita kaitkan dengan komponen sikap yang dimana responden masih belum yakin sepenuhnya bahwa produk bank syariah bebas bunga, namun responden tetap optimis dengan produk perbankan syariah di masa yang akan datang.

4.2 Analisis Klasik

Dalam analisis ini terdiri dari beberapa analisis untuk menguji ada tidaknya pengaruh secara serempak dan/atau secara terpisah (Uji F dan Uji T), ada atau tidaknya multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan normalitas data.

4.2.1 Uji F dan Uji T

Dalam pengujian F dan T, perlu ditentukannya taraf signifikansi dari penelitian, oleh karena itu peneliti menetapkan taraf signifikansi dari penelitian ini adalah $\alpha = 5\%$.

Gambar 4.1.

Tabel Anova

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	614,414	2	307,207	65,460	,000 ^b
	Residual	689,880	147	4,693		
	Total	1304,293	149			

a. Dependent Variable: MinatBeli

b. Predictors: (Constant), Sikap, Religiusitas

Sumber : Olah Data 2018

Berdasarkan hasil olah data pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai $P = 0,000$ lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, yang memiliki arti bahwa adanya pengaruh positif variabel sikap dan religiusitas terhadap minat beli secara serempak.

Gambar 4.2.

Tabel Coefficients

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,357	1,638		,829	,409					
	Religiusitas	,118	,026	,301	4,478	,000	,524	,346	,269	,797	1,254
	Sikap	,641	,087	,496	7,388	,000	,632	,520	,443	,797	1,254

a. Dependent Variable: MinatBeli

Sumber : Olah Data 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa P Religiusitas = 0,000 dan P Sikap = 0,000 lebih kecil $\alpha = 0,05$ yang memiliki makna bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap minat beli, dan sikap memiliki pengaruh positif terhadap minat beli secara parsial.

4.2.2 Multikolinieritas

Dalam tabel 4.2 dapat diketahui pula ada tidaknya multikolinieritas dari data. Ada tidaknya multikolinieritas dapat di tentukan dengan melihat nilai tolerance dan VIF.

Tabel 4.8.

Tabel Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Religiusitas	0,797	1,254
Sikap	0,797	1,254

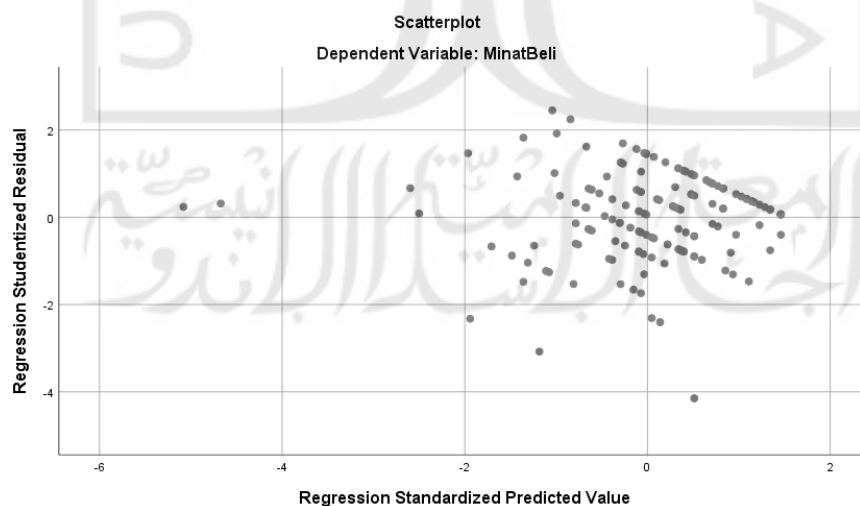
Berdasarkan tabel diatas dapat kita tentukan bahwa nilai tolerance dari variabel religiusitas dan sikap yaitu sebesar 0,797 dimana lebih besar dari 0,1 sementara nilai VIF variabel religiusitas dan sikap adalah sebesar 1,254 yang dimana nilai ini lebih kecil dibandingkan 10, dalam artian model regresi dari penelitian ini tidak ada multikolinieritas.

4.2.3 Heteroskedastisitas

Dalam menentukan ada atau tidaknya heteroskedastisitas dari suatu model regresi, dapat dilihat melalui tabel scaterplot. Jika titik pada tabel scaterplot tersebar secara acak, maka tidak ada heteroskedastisitas dari model regresi. Begitu pula sebaliknya, jika titik pada tabel scaterplot berkumpul maka model regresi tersebut memiliki heteroskedastisitas.

Gambar 4.3

Tabel Scaterplot



Sumber : Olah Data 2018

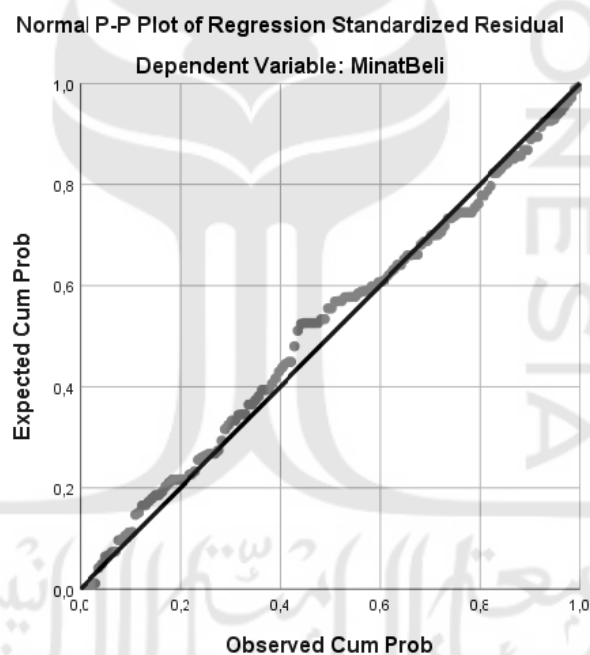
Dari tabel scatterplot diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model penelitian regresi yang dilakukan oleh peneliti.

4.2.4 Normalitas

Model regresi dapat dikatakan memenuhi normalitas jika data pada tabel normal P-P Plot of Regression Standardized Residual membentuk pola mengikuti garis distribusi normal.

Gambar 4.4

Tabel P-P Plot of Regresion Standardized Residual



Sumber : Olah Data 2018

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa data dari model regresi tersebar mengikuti garis distribusi normal, yang dapat diartikan bahwa model regresi dari penelitian memiliki distribusi data yang normal.

4.3 Uji Regresi Intervening

Uji regresi intervening berfungsi untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh dari satu atau beberapa variabel terhadap variabel lain secara parsial atau bersamaan dan dari uji ini pula nantinya akan di ketahui besar pengaruh antar variabel.

Gambar 4.5

Tabel Coefficients Religiusitas Terhadap Sikap

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2,196	1,540		,156
	Religiusitas	,137	,022	,450	,000

a. Dependent Variable: Sikap

Sumber : Olah Data 2018

Dari tabel 4.6 diatas, dapat diketahui bahwa dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$, variabel religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap variabel sikap yang dimana variabel sikap merupakan variabel intervening. Besarnya pengaruh variabel religiusitas terhadap sikap ini adalah sebesar 0,450.

Gambar 4.6

Tabel Anova Religiusitas dan Sikap Terhadap Minat

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	614,414	2	307,207	65,460	,000 ^b
	Residual	689,880	147	4,693		
	Total	1304,293	149			

a. Dependent Variable: MinatBeli

b. Predictors: (Constant), Sikap, Religiusitas

Sumber : Olah Data 2018

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif antar variabel religiusitas dan sikap terhadap variabel minat secara serempak. Hal tersebut dibuktikan dimana nilai P sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan dengan nilai $\alpha = 5\%$.

Gambar 4.7

Tabel Coeficients Religius dan Sikap Terhadap Minat

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	1,357	1,638		,829	,409
	Religiusitas	,118	,026	,301	4,478	,000
	Sikap	,641	,087	,496	7,388	,000

a. Dependent Variable: MinatBeli

Sumber : Olah Data 2018

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel sikap dan religiusitas terhadap variabel minat secara parsial, dibuktikan dengan P religiusitas dan P sikap bernilai 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai $\alpha = 5\%$. Selain itu dapat diketahui pula besaran pengaruh dari setiap variabel, besaran pengaruh variabel religiusitas terhadap minat adalah sebesar 0,301 dan besar pengaruh variabel sikap terhadap minat sebesar 0,496.

Dari hasil diatas dapat diketahui pula pengaruh totalnya dengan rumus $P1+(P2 \times P3)$, dimana dapat dijelaskan P1 merupakan besarnya pengaruh variabel religiusitas terhadap variabel, P2 merupakan besarnya pengaruh variabel religiusitas terhadap sikap, dan P3 merupakan besaran pengaruh variabel sikap terhadap minat. P2 dan P3 dikalikan karena sikap merupakan variabel intervening yang bersifat sebagai pengganda. Berdasarkan rumus tersebut dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut :

$$0,301 + (0,450 \times 0,496) = 0,5242$$

dari perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh total dari model regresi tersebut adalah sebesar 0,5242. Dalam perhitungan tersebut dapat ditentukan pula besaran pengaruh religiusitas terhadap minat secara langsung maupun melalui variabel intervening. Besaran pengaruh secara langsung adalah sebesar 0,301 sementara besaran pengaruh melalui variabel intervening yaitu sebesar 0,2232 yang berasal dari $0,450 \times 0,496$, dan dapat disimpulkan bahwa besaran pengaruh religiusitas terhadap minat melalui variabel intervening lebih

besar dibandingkan pengaruh religiusitas terhadap minat secara langsung. Jika di terjemahkan maka model dari penelitian ini menjadi :

$$X_2 = 2,196 + 0,450 X_1 + 0,797$$

$$Y = 1,357 + 0,301 X_1 + 0,496 X_2 + 0,529$$

4.4 Korelasi Berganda (R)

Dalam penelitian ini terdapat dua model regresi, yaitu regresi sederhana, dan regresi berganda sehingga R dan R² pada penelitian ini juga akan memiliki dua hasil. Yaitu antara religiusitas terhadap sikap, dan antara religiusitas dan sikap terhadap minat. R dan R² dapat diketahui dari tabel *Model Summary* dari hasil olah data melalui aplikasi SPSS.

Gambar 4.8.

Model Summary Religiusitas

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,450 ^a	,203	,197	2,051

a. Predictors: (Constant), Religiusitas

Dari Gambar diatas dapat diketahui bahwa R dari model pertama yaitu religiusitas terhadap sikap adalah sebesar 0,450 yang dimana nilai ini lebih besar dari nol dan dapat diartikan bahwa ada hubungan yang bersifat pengaruh antara variabel religiusitas terhadap minat sebesar 45%.

Gambar 4.9.

Model Summary Religiusitas dan Sikap

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,686 ^a	,471	,464	2,166

a. Predictors: (Constant), Sikap, Religiusitas

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui pula bahwa R dari model kedua yaitu religiusitas dan sikap terhadap minat adalah sebesar 0,686 yang lebih besar daripada nol, sehingga ada hubungan yang bersifat pengaruh antara religiusitas dan sikap terhadap minat sebesar 69%.

4.5 Determinasi Berganda (R^2)

Dalam penelitian ini juga terdapat dua hasil R^2 yang berasal dari model regresi, yaitu regresi sederhana antara religiusitas terhadap sikap dan regresi berganda antara religiusitas dan sikap terhadap minat.

Berdasarkan gambar 4.8. dapat diketahui bahwa R^2 dari model pertama adalah sebesar 0,203 yang berarti variabel religiusitas mempengaruhi variabel sikap sebesar 20% sisanya sebesar 80% dipengaruhi oleh variabel lain. Sementara pada model kedua, hasil ditunjukkan oleh gambar 4.9. dimana R^2 bernilai sebesar 0,471 yang memiliki arti bahwa seluruh variabel independen (religiusitas dan sikap) memiliki pengaruh sebesar 47% terhadap variabel dependen yaitu minat.

Sementara sebesar 53% dipengaruhi oleh variabel lainnya selain religiusitas dan sikap.

4.6 Pembahasan dan Strategi

Berdasarkan penelitian Soiden dan Rani (2015) menyebutkan bahwa tingkat religiusitas pribadi seseorang berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap, dan faktor religiusitas yang paling berpengaruh adalah keyakinan dalam beragama dan ketakutan kepada hukuman Tuhan. Hal serupa ditemukan dalam penelitian ini, bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap sikap. Berdasarkan data hasil kuisioner yang telah terkumpul rata-rata tingkat religiusitas dari responden cukup baik yaitu dengan nilai rata-rata religiusitas sebesar 68,5 dari total keseluruhan nilai maksimal sebesar 75 sementara sikap responden cukup baik pula jika berdasarkan nilai rata-rata sikap sebesar 11,58 dari total nilai maksimal sebesar 15. Pengaruh religiusitas terhadap sikap yang bernilai positif juga dapat dilihat melalui besaran nilai pengaruh yaitu sebesar 6,131, besarnya pengaruh menunjukkan nilai yang positif yang berarti pengaruh antar variabel juga positif.

Dalam penelitiannya Newaz et al., (2016) menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh secara positif terhadap sikap dan minat beli konsumen terhadap produk keuangan Islam dan sikap merupakan mediator terpisah antara hubungan religiusitas terhadap minat beli, religiusitas juga berpengaruh positif secara langsung terhadap minat beli. Dalam penelitian ini juga ditemukan hasil yang serupa, bahwa religiusitas berpengaruh positif secara langsung terhadap minat beli

dan sekaligus berpengaruh secara positif terhadap minat beli melalui variabel intervening sikap. Pengaruh positif ini dapat dilihat dari besaran pengaruh antar variabel, besaran pengaruh variabel religiusitas terhadap minat beli adalah sebesar 4,478. Dari nilai tersebut dapat diketahui bahwa pengaruh dari variabel religiusitas terhadap variabel minat bernilai positif. Sementara itu besaran nilai pengaruh dari variabel religiusitas terhadap minat melalui variabel intervening sikap adalah sebesar 45,296, dalam hal ini besaran pengaruh juga bernilai positif yang berarti baik pengaruh variabel religiusitas secara langsung maupun melalui variabel intervening sikap terhadap minat beli produk bank syariah adalah positif. Maka dapat dikatakan pula bahwa hipotesis dari penelitian ini diterima atau benar.

Implikasi dan strategi dari penelitian ini adalah manajer dari perbankan syariah dapat meningkatkan pembelian produk dari bank syariah dengan cara mengincar pasar dengan segmen yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi dikarenakan konsumen dengan tingkat religiusitas yang tinggi akan memiliki sikap yang baik terhadap bank syariah dan bahkan meningkatkan minat beli produk bank syariah oleh konsumen. Selain itu bank syariah dapat meningkatkan sikap yang baik dari konsumen terhadap perbankan syariah dengan cara membangun suatu kepercayaan atau image yang baik di mata konsumen. Selain itu peneliti dapat menggunakan penelitian ini sebagai dasar penelitian berikutnya.